



RAN-2508000605040008

T.Y.B.Com (NCF-NEP) (Sem. - V) Examination October - 2025

Minor - Marketing (Paper - V)

Time: 2 Hours]

[Total Marks: 50

સૂચના : / Instructions

- (1) ઉપરોક્ત દર્શાવેલ વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી.
Fill up strictly the above details on your answer book

Seat No.:

--	--	--	--	--	--

Student's Signature

પ્ર-1. ટૂંકા જવાબ પ્રશ્નો (કોઈપણ 5 પ્રયાસ કરો)

(10)

1. મેઈલ સર્વેના બે ફાયદા જણાવો.
2. પૂર્વધારણાનો અર્થ શું છે?
3. માર્કેટિંગ પ્લાનિંગ વ્યાખ્યાયિત કરો.
4. ગૌણ ડેટા વ્યાખ્યાયિત કરો.
5. ઓનલાઈન સર્વેના બે ગુણ જણાવો.
6. સંશોધનમાં વિશ્વસનીયતાનો અર્થ શું છે?
7. કોસ-સેક્શનલ સ્ટડીનો અર્થ શું છે?

પ્ર.2. (a) માત્રાત્મક અને ગુણાત્મક ડેટા સંગ્રહ વચ્ચેનો તફાવત.

(7)

(b) માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનામાં કર્મ અને ધર્મની ભૂમિકાની ચર્ચા કરો.

(7)

અથવા

પ્ર.2. સંશોધન ડિઝાઈન બનાવવાના પગલાંની ચર્ચા કરો.

(14)

પ્ર.3. સંભાવના નમૂના પદ્ધતિઓ ઉદાહરણો સાથે સમજાવો.

(14)

અથવા

પ્ર.3. (a) લક્ષ્ય બજાર અને સ્થિતિ સમજાવો.

(7)

(b) આંતરિક વિસ્ફોટ બાદ્ય માર્કેટિંગ ઓડિટ. તે શા માટે જરૂરી છે?

(7)

પ્ર.4. ટૂંકી નોંધ (કોઈપણ બે)

(12)

1. સંશોધનમાં ગોપનીયતા અને ગુપ્તતા
2. માર્કેટિંગ સંશોધનની પ્રક્રિયા
3. સંશોધન ડિઝાઈનમાં વૈદિક માર્કેટિંગ સિસ્ટમ્સની ઉપયોગિતા
4. માર્કેટિંગ આયોજનના મુખ્ય ઘટકો

ENGLISH VERSION

- Q.1. Short Answer Questions (Attempt any 5) (10)**
1. Give two advantages of Mail Survey.
 2. What is meant by Hypothesis?
 3. Define Marketing Planning.
 4. Define Secondary Data.
 5. State two merits of Online Surveys.
 6. What is meant by Reliability in Research?
 7. What is meant by Cross-Sectional Study?
- Q.2. (a) Difference between Quantitative and Qualitative Data Collection. (7)**
(b) Discuss the Role of Karma and Dharma in Marketing Strategy. (7)
- Or**
- Q.2. Discuss the steps involved in creation of research design. (14)**
- Q.3. Explain probability sampling methods with examples. (14)**
- Or**
- Q.3. (a) Explain Target Market and Positioning. (7)**
(b) Internal vs External Marketing Audit. Why is it necessary? (7)
- Q.4. Short Notes (Any Two) (12)**
1. Privacy and confidentiality in research
 2. Process of marketing research
 3. Usefulness of Vedic marketing systems in Research design
 4. Major components of marketing planning
-